大数据环境下新闻出版技术的融合与创新

摘 要：在大数据时代的发展中，国内的新闻出版行业进行了相应的革新。借助大数据时代的相应手段不断推动新闻出版行业快速发展，这样可以使新闻行业呈现新的生机和活力。在大数据的基础上进行行业的创新和出版形态的探索，在推出相应的新闻出版服务类型后，通过相应的分类对我国新闻行业的发展作出转型。与此同时，在新闻行业的数字化转型上融合相应的技术，有利于行业对大数据的适应，探讨出相应的对策，在对新闻资源进行汇总的基础上实现信息的整合，利用相关的模式进行数据信息的传播。

关键词：大数据；新闻；出版

中图分类号：G230.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）05-062-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.05.014

文 / 侯夷

引言

当前，新闻出版行业处在一个转型阶段，在这个阶段，要求新闻工作者进行良好的创新理念思考，结合相应的图文信息建立多维度的数据传播形式，创造出大产业内的数据整合。

1. 新闻出版的现状

新闻出版是以相应的信息作为基础，在大数据时代，新闻出版新的形态发展具有相应的特点和方式。在此基础上，进行新闻出版形态的衍生，形成新闻出版新的产品技术。

1.1 新闻信息产品

在大数据时代，新闻行业的出版衍生了相应的出版方式，在出版产品上进行了革新和改造。在语义方面，通常是根据相应的语义对新闻出版内容进行描绘，这样能够更好地满足客户的需求。在大数据的发展中，应用网站信息平台通过语义进行数据的建设。在动态图书管理上，通过用户的参与实现个性化内容的形成。在数字化的新闻管理上，开展应用数据的传递和更新，对新闻时事时态进行了解，这样有助于新闻行业的服务管理。

1.2 新闻管理服务

在大数据的发展过程中，新闻行业需要对相关的新闻内容进行管理，在出版服务上不能到过去传统方式的束缚。通过新的新闻形态进行大众信息的传播，这样可以使大众在了解相关新闻时态后，在脑中形成印象，获得大概的认知，这就是新闻传播的作用。在新闻媒体上形成相关新闻信息，产生相关舆论氛围，而且要模拟相关的环境对人的反应进行传递，在现实的世界中使其形成相关的环境，推动我国经济的发展建设[1]。

1.3 国内外的新闻出版技术

大数据对新闻出版推广起到了促进作用，而且利用相关的数据策划，在对用户进行研究之后，创作出相关的科学方案策略，有利于新技术的推广。在相应的用户背景资料的调查上对客户的行为进行分析，在这个基础上制定相关的方法和策略，还可以利用广告进行产品的推广，保证新闻出版产品的优化，保证新闻宣传的效果。

2. 新闻出版面临的挑战

在现在数据爆棚的时代下，新闻出版机构面临着相应的挑战和机遇。在信息技术不断发展中，要学会对新闻出版的优化经营，提高新闻出版的生产效率，拓宽新闻出版的经营规模，在这个时期中我们要制订出好的方案。

2.1 新闻出版技术的融合

在新闻出版技术得到大发展的同时，其中的数字化管理模式有很大变革。要实现新闻出版变革的关键，还要对数据的操作进行统一，而且要建立稳定的信息数据分享平台，推进新闻出版数字化结构在相应的出版内容上的改革创新，完善其中数字化运作方案，统一管理标准，在标准的规定下建立相应的数据分享平台，满足新闻出版者的需求。

2.2 新闻出版技术创新

新闻出版的特点是及时性、实时性。在新闻媒体资源的分配上，根据相应的分配比例，如果没有创新管理精神，无法满足现在新闻出版工作的要求，无法满足新闻出版机构的分配工作，使行业中出现很大的差距，各个机构之间各自为政，所以，信息常常会出现一条信息多种解读的现象，不能够对新闻信息进行好的解释。

2.3 大数据中管理创新

大数据时代不断发展，信息的价值越来越高，这是在信息数据管理上应该考虑的问题。新闻出版行业如何能够保证其工作的顺利进行，完善数据的真实性，是新闻出版行业工作的基础。因为网络数据的不断传播，常常会出现数据丢失的现象，这给数据的保护工作带来了困难。

2.4 新闻出版的应变能力

新闻出版产业数据信息的革新，不仅会在本行业产生影响，还会对新闻出版企业的战略规划产生一定的影响，所以，在新闻出版技术上和战略上都应该作出相关的数据管理，提高对产业的适应能力，更加有效地利用好数据资

产，使其转化为经济效益，更好地为新闻出版服务[2]。

3. 大数据下的新闻出版战略

在大数据时代的发展中，新闻出版产业要想有好的发展前景，要对发展战略进行制定，为未来发展方向进行规划。

3.1 新闻出版技术创新

新闻出版通过新的产品对相应的科学技术进行升级，使其发展变得越来越迅速。在发展中，新闻出版产业要对新闻出版进行合理规划，作出相关战略的制定。对于新闻出版来说，生存发展的基础是传统业务，虽然在新闻出版技术的不断发展中，还不能够改变传统业务在新闻出版中的地位，但是传统产业会与新兴的技术相结合，这样可以促进新闻出版机构的发展。在传统业务的分类中，要确保能够为新闻出版提供足够的收入，还要在这个基础上拿出部分资金进行新技术的研发，不断提高新闻出版的技术能力，实现新闻出版技术的革新。

3.2 数字产品进行升级

新闻出版产业，其产品主要是信息的收集和销售，数字化技术在整个信息产品的生产中得到了应用，而且对产品的研发有重要作用，有利于实现产品创新的多元化。当前，信息产品主要是通过新闻出版机构进行生产，大部分新闻出版都是在多样化的发展模式中进行业务拓展。产品的营销则是要运用一些传统的销售理念，开展营销思维和手段的推广。

3.3 新技术的研发

新闻出版应立足于其自身业务领域，对相关的技术进行革新，使其发展能够跟上客户的需求。大数据时代下，新闻出版要运用新的技术，利用计算机技术建立起数字化档案库，通过对数据的收集，使新闻出版机构获得大量的数据信息，这样也节省了对数据信息的收集花费，提高了新闻出版的利润收入。同时，新闻出版技术的革新，有助于精简其工作程序和流程，同时可以辅助相关技术手段对传统技术进行革新，这样对于旧新两种方式的结合，可以提高新闻出版机构的综合实力。

3.4 建立数据库

新闻出版的目标是服务用户，无论使用什么样的技术，都要将用户的需要摆在首位。在互联网的应用上根据相应的网站建设，满足其用户的归属感，在相应机构的建立上吸引更多的人加入，这样不仅可以提高新闻出版的效率，还可以通过社交宣传自身的产品，提高新闻出版的经济收入，为新闻出版奠定一些基础，对新闻出版信息进行整合。

3.5 数字化管理方式

新闻出版机构可以采用数字化信息管理方式，用数字化管理解决很多传统业务中无法解决的问题。因为传统业务的收入远远低于数字化业务，所以，数字化业务的开展不能对传统业务造成成本损失。在产品生产效率上，要提高自身的产品价值，升值产品的价值空间，采用计算机技术降低生产成本，建立合理的运行模式，减少相关成本的支出。

3.6 引进人才促进创新

在我国数字出版产业发展驶入快车道的同时，传统新闻出版队伍还没有完成数字化转型，技术素养的严重缺失成为融合发展的瓶颈。就新闻出版单位转型升级来说，人才这一核心生产力的转型才是最根本的转型。数字出版人才的行业需求已经从原生态数字出版人才转向全面融合型人才，即具有技术理解力和技术自信心，具有行业专长，能够面向行业和社会服务，能进行内容策划、擅长内容运营的人才，这些人才是大数据环境下新闻出版行业新的血液。

4. 新闻出版行业的创新

大多数数字化产品都是通过传统出版物的方式进行发布，而对新的产品形态缺少相应的创新。

4.1 新闻产品形态创新

数字化产品是基于其传播介质和手段的变化，进行形态上的处理。我国数字化产品的发展主要分为三个阶段：第一阶段，是网络报刊产品。20 世纪 90 年代初，我国出现了通过计算机技术结合网络数字化创办的数字报刊，《神州学人》是我国第一版数字期刊。第二阶段，是数据库的建立。随着数字化技术在期刊普遍使用，在网络中建立了数据库，收集相关的学术论文。第三阶段，是通过智能手机移动终端。智能化产品不断发展，数字化产品进入了高峰期。传统的产品主要通过两种形态来表现，即印刷产品和刻录产品。而数字化产品更加方便有利，可以通过网络信息技术对产品进行多样性的呈现，而且在数字图书、数字报纸等方面有很多的发展。数字化的产品更能够适应现在的社会生活，不会给人们的生活带来阻碍，方便人们的生活[3]。

4.2 传统与数字化的融合

新闻出版行业内，传统业务仍然占据重要地位，这是产业发展的基础。传统产业稳固与否影响着产业的发展和数字化进程，所以，在传统业务和数字化两者之间要保持相互发展、相互协调的模式，这样才能推动新闻出版产业的进步。媒

参考文献

[1] 闵超，石佳靓，孙建军．新闻出版业大数据应用新业态分析 [J]. 中国出版，2015（15）：65-68.

[2] 田军．新闻出版业大数据运用的新业态研究 [J]. 传播与版权，2017（8）：47-49.

[3] 张博，雷锦，楼文高．新闻出版领域大数据应用模式研究 [J]. 出版发行研究，2017（12）：31-34.

（作者单位：河南《党的生活》杂志社）